

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Гриб Владислав Валерьевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 03.11.2023 22:23:05  
Уникальный программный ключ:  
637517d24e103c3db032acf37e839d98ec1c5bb2f5eb89c29abfcd7f43985447



**Образовательное частное учреждение высшего образования**  
**«МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ А.С. ГРИБОЕДОВА»**  
(ИМПЭ им. А.С. Грибоедова)

**Институт международной экономики, лидерства и менеджмента**

**УТВЕРЖДАЮ**  
Директор института  
международной экономики,  
лидерства и менеджмента  
\_\_\_\_\_ А.А. Панарин  
«28» сентября 2023 г.

**Рабочая программа дисциплины**  
**ИНФОРМАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ**

**Направление подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика**  
**(уровень бакалавриат)**

**Направленность (профиль):**  
**«IT-инновации в управлении бизнесом»**

**Форма обучения: очная**

**Москва**

Рабочая программа дисциплины «Информационный маркетинг». Направление подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика, направленность (профиль): «IT-инновации в управлении бизнесом» / Т.Л. Мищенко – М.: ИМПЭ им. А.С. Грибоедова. – 29 с.

Рабочая программа бакалавриата составлена на основе федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Минобрнауки России от 29.07.2020 N 838 (ред. от 26.11.2020) "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика" (Зарегистрировано в Минюсте России 19.08.2020 N 59325), согласована и рекомендована к утверждению.

Разработчики:	<u>Кандидат экономических наук, доцент Мищенко Т.Л. Назарова Н.А., к.э.н., доцент, заместитель</u>
Ответственный рецензент:	<u>руководителя департамента налогов и налогового администрирования Финансового университета при Правительстве Российской Федерации</u> <i>(Ф.И.О., уч. степень, уч. звание, должность)</i>

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Цифровой экономики и инновационной деятельности 15.09.2023г., протокол №2

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_/А.А. Панарин/

(подпись)

Согласовано от Библиотеки \_\_\_\_\_/О.Е. Степкина/

(подпись)

## РАЗДЕЛ 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Информационный маркетинг» является формирование знаний об информационном маркетинге как системе управления, а также умений использования маркетинговых подходов и методов для активизации деятельности предприятий и решения профессионально-ориентированных задач.

Задачи, решаемые в ходе освоения программы дисциплины:

- освоение теоретических основ интернет-маркетинга, его принципов и функций;
- ознакомление обучающихся с целями, объектами, методами и моделями организации маркетинговых исследований в сети интернет;
- освоение условий функционирования предприятий, умение выявить его конкурентные преимущества, сформировать конкурентную стратегию;
- научение принципам осуществления ситуационного анализа, на основании которого разрабатываются стратегии интернет-маркетинговой деятельности.

## РАЗДЕЛ 2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Категория (группа) компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции (для планирования результатов обучения по элементам образовательной программы и соответствующих оценочных средств)
<b>Универсальные компетенции</b>			
Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность	УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	ИУК-10.1 Знать основы экономической культуры и финансовой грамотности в различных областях жизнедеятельности ИУК-10.2 Уметь управлять процессами личного экономического и финансового планирования для достижения целей в различных областях жизнедеятельности ИУК-10.3 Владеть способами принятия обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности

### ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ

Код, наименование профессиональных компетенций	Трудовые функции (код, наименование)/уровень (подуровень) квалификации	Индикаторы достижения компетенции (для планирования результатов обучения по элементам образовательной программы и соответствующих оценочных средств)
<b>ОТФ (код, наименование) / Профессиональный стандарт (код, наименование)</b>		
<b>Тип(ы) задач(и) профессиональной деятельности</b>		
D. Разработка требований и проектирование программного обеспечения/ 06.001 Программист		
Проектный		
ПК-1. Способен проектировать прикладное программное обеспечение	D/03.6 Проектирование программного обеспечения	ИПК-1.1 Знать принципы построения архитектуры программного обеспечения и виды архитектуры программного обеспечения; типовые решения, библиотеки программных модулей, шаблоны, классы объектов, используемые при разработке программного обеспечения; методы и средства проектирования программного обеспечения; методы и средства проектирования баз данных; методы и средства проектирования программных интерфейсов ИПК-1.2 Уметь использовать существующие типовые решения и шаблоны проектирования программного обеспечения; применять методы и средства проектирования программного обеспечения, структур данных, баз данных, программных интерфейсов; ИПК-1.3 Владеть разработкой, изменением и согласованием архитектуры программного обеспечения с системным аналитиком и архитектором программного обеспечения; системой проектирования структур данных; системой проектирования баз

		данных; системой проектирования программных интерфейсов; оценкой и согласованием сроков выполнения поставленных задач
С Выполнение работ и управление работами по созданию (модификации) и сопровождению ИС, автоматизирующих задачи организационного управления и бизнес-процессы / 06.015 Профессиональный стандарт «Специалист по информационным системам»		
производственно-технологический , научно-исследовательский		
ПК-2. Способен осуществлять инженерно-технологическую поддержку планирования управления требованиями по созданию (модификации) и сопровождению ИС	С/10.6 Инженерно-технологическая поддержка планирования управления требованиями	<p>ИПК-2.1. Знать инструменты и методы управления требованиями; предметной областью автоматизации; возможностями ИС; источниками информации, необходимой для профессиональной деятельности; современным отечественный и зарубежный опыт в профессиональной деятельности; инструменты и методы моделирования бизнес-процессов организации; основы реинжиниринга бизнес-процессов организации; управление содержанием проекта: документирование требований, систему анализа продукта, модерлируемых совещаний; управление качеством: контрольные списки, верификация, валидация (приемо-сдаточные испытания); управление коммуникациями в проекте: базовые навыки управления (в том числе проведение презентаций, проведение переговоров, публичные выступления); культуру речи; правила деловой переписки.</p> <p>ИПК-2.2. Уметь анализировать входные данные; планировать работы.</p> <p>ИПК-2.3. Владеть системным подходом для выбора технологии управления требованиями; представлениями исходных данных для разработки плана управления требованиями; системой согласования в части инженерно-технологического обеспечения плана управления требованиями с заинтересованными сторонами</p>
ПК-3. Способен применять системный подход для составления технико-экономического обоснования проектных решений и технического задания на разработку информационной системы	С/01.6 Определение первоначальных требований заказчика к ИС и возможности их реализации в ИС на этапе предконтрактных работ;	<p>ИПК3.1. Знать возможности типовой ИС; предметную область автоматизации; методы выявления требований; технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии, основы конфликтологии; технологии подготовки и проведения презентаций; архитектуру, устройство и функционирование вычислительных систем; коммуникационное оборудование; сетевые протоколы; основы современных операционных систем; основы современных систем управления базами данных; устройство и функционирование современных ИС; современные стандарты информационного взаимодействия систем; программные средства и платформы инфраструктуры информационных технологий организаций; современные подходы и стандарты автоматизации организации (например, CRM, MRP, ERP..., ITIL, ITSM); основы теории систем и системного анализа; методики описания и моделирования бизнес-процессов, средства моделирования бизнес-процессов; системы классификации и кодирования информации, в том числе присвоение кодов документам и элементам справочников; отраслевая нормативная техническая документация; источники информации, необходимой для профессиональной деятельности; современный отечественный и зарубежный опыт в профессиональной деятельности; формирование и механизмы рыночных процессов организации; основы менеджмента, в том числе менеджмента качества; основы бухгалтерского учета и отчетности организаций; основы налогового законодательства Российской Федерации; основы управленческого учета; основы финансового учета и бюджетирования; основы международных стандартов финансовой отчетности (МСФО); основы управления торговлей, поставками и запасами; основы организации производства; основы управления взаимоотношениями с клиентами и заказчиками (CRM); основы управления персоналом, включая вопросы оплаты труда; основы теории управления; современные инструменты и методы управления организацией, в том числе методы планирования деятельности, распределения поручений, контроля исполнения, принятия решений; методология ведения документооборота в организациях; инструменты и методы определения финансовых и производственных показателей деятельности организаций; основы организационной</p>

		<p>диагностики; инструменты и методы моделирования бизнес-процессов организации; основы реинжиниринга бизнес-процессов организации; управление содержанием проекта документирование требований, анализ продукта, модерлируемые совещания; культура речи; правила деловой переписки.</p> <p>ИПК-3.2 Уметь проводить переговоры; проводить презентации; подготавливать протоколы мероприятий.</p> <p>ИПК 3.3. Владеть основами выявления первоначальных требований заказчика к ИС; системой информирования заказчика о возможностях типовой ИС и вариантах ее модификации; определениями возможностей достижения соответствия ИС первоначальным требованиям заказчика; основами составления протоколов переговоров с заказчиком</p>
--	--	---

### РАЗДЕЛ 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Информационный маркетинг» изучается в шестом семестре, относится к Б1.В. Части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений, Блока Б.1 «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е.

Знания, умения, навыки, опыт практической деятельности, приобретенные при освоении настоящей дисциплины, необходимы для успешного освоения следующих дисциплин: «Цифровая экономика», «Информационный менеджмент».

### РАЗДЕЛ 4. ОБЪЕМ (ТРУДОЕМКОСТЬ) ДИСЦИПЛИНЫ

(ОБЩАЯ, ПО ВИДАМ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ, ВИДАМ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ)

#### Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (очная форма обучения)

З.е.	Всего часов	Контактная работа				Часы СР на подготовку кур.раб.	Иная СР	Контроль
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа		Контактная работа по курсовой работе			
			Лабораторные	Практические/Семинарские				
6 семестр								
2	72	16	-	20	-	-	34	2 Зачет
Всего по дисциплине								
2	72	16	-	20	-	-	34	2

### СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины	Содержание темы
<b>Раздел №1 «Маркетинг в сфере ИКТ»</b>		
1	Тема 1.1: Особенности маркетинга в сети Интернет	<p>Изучаемые вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Персонализация в маркетинге</li> <li>2. Глобальная сеть как универсальный телекоммуникационный канал</li> <li>3. Ресурсы сети</li> </ol> <p>Вопросы для самостоятельного изучения:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Аудитория Рунет.</li> <li>2. Социальные сети</li> </ol>



Разделы / Темы	Контактная работа			Часы СР на подго товку кур.р.	Иная СР	Конт роль	Всего часов
	Занят ия лекци онног о типа	Занятия семинарског о типа					
		Лаб. р	Прак . /сем.				
<b>6 семестр</b>							
РАЗДЕЛ 1. «Маркетинг в сфере ИКТ»	16	-	20	-	-	34	72
Тема 1.1 Особенности маркетинга в сети Интернет	2	-	4	-	-	6	12
Тема 1.2 Маркетинговые исследования в сети: проведение опросов.	2	-	4	-	-	6	12
Тема 1.3 Маркетинговые исследования в сети: поисковые системы.	2	-	4	-	-	6	12
Тема 1.4 Web-аналитика	4	-	4	-	-	8	16
Тема 1.5 Организация продвижения в Интернет.	6	-	4	-	-	8	18
Зачет	-	-	-	-	-		2
<b>Итого за 6 семестр</b>	<b>16</b>	<b>-</b>	<b>20</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>34</b>	<b>72</b>

## ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА для очной формы обучения

### *Семинарские занятия*

Общие рекомендации по подготовке к семинарским занятиям. При подготовке к работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний. Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия. Работа во время проведения занятия семинарского типа включает несколько моментов: а) консультирование обучающихся преподавателями с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, б) самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

### 6 семестр

#### **Раздел №1 «Маркетинг в сфере ИКТ»**

#### ***Практическая работа 1. Формулировка стратегии, цели и задачи интернет-маркетинга***

(2ч.)

#### ***Порядок выполнения работы:***

1. Сформулировать бизнес-идею для которой в дальнейшем будут разрабатываться основные элементы интернет-маркетинга.
2. Кратко охарактеризовать основные особенности вашего бизнеса (какие товары/услуги предлагаете, где территориально располагаетесь, какой охват рынка (масштаб деятельности) и т.д., то есть все отличительные черты (уникальность) бизнеса).
3. Сформулировать миссию, стратегическую цель и задачи деятельности вашей организации.
4. Описать позиционирование организации (как клиенты воспринимают нашу организацию, что Мы в сознании целевой группы потребителей).
5. Сегментирование целевой аудитории (на кого конкретно нацелена наша организация)
6. Сформулировать цели и задачи электронного маркетинга (интернет-маркетинга).

## Литература:

### Основная

1. Бердышев, С. Н. Информационный маркетинг: практическое пособие / С. Н. Бердышев. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 216 с. — ISBN 978-5-394-04004-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/99365.html>

### Дополнительная

1. Акулич, И. Л. Маркетинг: практикум / И. Л. Акулич. — Минск : Вышэйшая школа, 2010. — 412 с. — ISBN 978-985-06-1865-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/20086.html>

## **Практическая работа 2. Анализ конкурентов в интернете (2ч.)**

### **Порядок выполнения работы:**

1. Поиск прямых и косвенных конкурентов. Сформировать список из 2-3 конкурентов каждой группы.
2. Сформулировать параметры, по которым будем анализировать наших конкурентов.
3. Провести анализ сервиса конкурентов.
4. Провести анализ истории развития конкурентов.
5. Проанализировать конкурентов с использованием специализированных интернет-сервисов (не всех, что представлены в видео-уроке, а по возможности). Провести анализ поискового маркетинга, контекстной рекламы, блога конкурентов, социальных сетей, поисковых систем, отзывов о конкурентах.
6. Провести анализ сайта конкурентов.
7. Подвести итоги по всем конкурентам (удобнее в Excel) и выписать интересные идеи которые можно применить у себя.

### Литература:

#### Основная

1. Бердышев, С. Н. Информационный маркетинг: практическое пособие / С. Н. Бердышев. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 216 с. — ISBN 978-5-394-04004-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/99365.html>

#### Дополнительная

1. Акулич, И. Л. Маркетинг: практикум / И. Л. Акулич. — Минск : Вышэйшая школа, 2010. — 412 с. — ISBN 978-985-06-1865-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/20086.html>

## **Практическая работа 3. Проведение технического аудита сайта (2ч.)**

### **Порядок выполнения работы:**

1. Оценить скорость работы сайта (скорость генерации страниц и доступность под нагрузкой, стабильность сервера).
2. Скорость загрузки страницы (валидность HTML-кода, количество CSS, количество JS, сжаты ли изображения, есть ли GIF-распорки, кэширующие HTTP-заголовки, сжатие Gzip, ошибки 4xx, 5xx)
3. Скорость отображения страницы (количество элементов DOM, анимация таблиц, выражения (expression) в CSS, фильтры в CSS, корректность воспроизведения flash-роликов/)
4. Анализ структуры сайта (отсутствие бесконечных ссылок, наличие Sitemap.xml, правильное распределение веса, уровень вложенности страниц, кэширующие заголовки, ссылки на неиндексируемые страницы, битые ссылки).
5. Анализ кода страницы ( уникальные <title>, метатеги <meta>, использование <noindex>, тэги картинок <alt>, исходящие ссылки в новом окне и в rel="nofollow", уникальный контент, верстка контента: заголовки, абзацы).
6. Дополнительные проверки (текстовый спам, слабовидимый текст, аффилированные домены, результаты поиска не индексируются, несуществующие страницы 404, страницы с дублирующимся контентом, проверка на наличие в индексе, сниппет (фавикон, адрес, быстрые ссылки, время работы), внешние ссылки).
7. Usability аудит (отработка сценариев на сайте, кроссбраузерность, адаптивность под мобильные, нет пустых страниц на сайте, единый стиль оформления, дизайн)

### Литература:

#### Основная

1. Бердышев, С. Н. Информационный маркетинг: практическое пособие / С. Н. Бердышев. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 216 с. — ISBN 978-5-394-04004-7.



— Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/99365.html>

Дополнительная

1. Акулич, И. Л. Маркетинг: практикум / И. Л. Акулич. — Минск : Вышэйшая школа, 2010. — 412 с. — ISBN 978-985-06-1865-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/20086.html>

#### ***Практическая работа 4,5 Поисковая оптимизация - маркетинговый подход (4ч.)***

##### ***Порядок выполнения работы:***

1. На основании целей интернет-маркетинга, формирование целей поискового маркетинга.
2. Формирование показателей эффективности для измерения достижения, поставленных целей поискового маркетинга.
3. Предложение идей по реализации поискового маркетинга для сформированного спроса.
4. Предложение идей по реализации поискового маркетинга для несформированного спроса.

Литература:

Основная

1. Бердышев, С. Н. Информационный маркетинг: практическое пособие / С. Н. Бердышев. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 216 с. — ISBN 978-5-394-04004-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/99365.html>

Дополнительная

1. Акулич, И. Л. Маркетинг: практикум / И. Л. Акулич. — Минск : Вышэйшая школа, 2010. — 412 с. — ISBN 978-985-06-1865-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/20086.html>

#### ***Практическая работа 6. Разработка контент-рекламы (2ч.)***

##### ***Порядок выполнения работы:***

Разработать элементы контент-рекламы таким образом, что бы они вписывались в нашу общую маркетинговую стратегию.

1. Сформулировать цели контент-маркетинга.
2. Выбрать каналы распространения контента.
3. Выбрать типы контента под каждый канал с кратким описанием содержания (про что контент).
4. Разработать операционный план.

Литература:

Основная

1. Бердышев, С. Н. Информационный маркетинг: практическое пособие / С. Н. Бердышев. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 216 с. — ISBN 978-5-394-04004-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/99365.html>

Дополнительная

1. Акулич, И. Л. Маркетинг: практикум / И. Л. Акулич. — Минск : Вышэйшая школа, 2010. — 412 с. — ISBN 978-985-06-1865-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/20086.html>

#### ***Практическая работа 7. Разработка стратегии интернет-маркетинг (2ч.)***

##### ***Порядок выполнения работы:***

1. Разработать план действий интернет-маркетинга по каждому шагу жизненного цикла клиента:
  - а) на стадии формирования потребностей;
  - б) на стадии поиска решения проблемы;
  - в) на стадии сбора информации;
  - г) на стадии первичного ознакомления;
  - д) на стадии приобретения продукции;
  - е) на стадии использования;
  - ж) на стадии положительных впечатлений;
  - з) на стадии рекомендации знакомым.
2. Разработать какую и в каком объеме необходимо вести аналитику по каждому каналу продвижения продукции.

Литература:

Основная

1. Бердышев, С. Н. Информационный маркетинг: практическое пособие / С. Н. Бердышев. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 216 с. — ISBN 978-5-394-04004-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/99365.html>

Дополнительная

1. Акулич, И. Л. Маркетинг: практикум / И. Л. Акулич. — Минск : Вышэйшая школа, 2010. — 412 с. — ISBN 978-985-06-1865-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/20086.html>

**Практическая работа 8. Разработка концепции сетевого дневника, имеющего заданную цель (2ч.)**

**Порядок выполнения работы:**

Уяснить цель создания дневника, определить целевую аудиторию, для которой создается дневник.

Литература:

Основная

1. Бердышев, С. Н. Информационный маркетинг: практическое пособие / С. Н. Бердышев. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 216 с. — ISBN 978-5-394-04004-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/99365.html>

Дополнительная

1. Акулич, И. Л. Маркетинг: практикум / И. Л. Акулич. — Минск : Вышэйшая школа, 2010. — 412 с. — ISBN 978-985-06-1865-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/20086.html>

**Практическая работа 9. Разработка концепции сетевого дневника, имеющего заданную цель (2ч.)**

**Порядок выполнения работы:**

Изучить блог-сферу и найти места коммуникации целевой аудитории, выбрать формат дневника (кто ведёт дневник, от чьего имени)

Литература:

Основная

1. Бердышев, С. Н. Информационный маркетинг: практическое пособие / С. Н. Бердышев. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 216 с. — ISBN 978-5-394-04004-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/99365.html>

Дополнительная

1. Акулич, И. Л. Маркетинг: практикум / И. Л. Акулич. — Минск : Вышэйшая школа, 2010. — 412 с. — ISBN 978-985-06-1865-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/20086.html>

**Практическая работа 10 Разработка концепции сетевого дневника, имеющего заданную цель (2ч.)**

**Порядок выполнения работы:**

Определить функционал дневника для целевой аудитории, разработать дизайн первой страницы и страниц с постами.

Литература:

Основная

1. Бердышев, С. Н. Информационный маркетинг: практическое пособие / С. Н. Бердышев. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 216 с. — ISBN 978-5-394-04004-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/99365.html>

Дополнительная

1. Акулич, И. Л. Маркетинг: практикум / И. Л. Акулич. — Минск : Вышэйшая школа, 2010. — 412 с. — ISBN 978-985-06-1865-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/20086.html>

## РАЗДЕЛ 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

### Интерактивные образовательные технологии, используемые на аудиторных практических занятиях

## Очная форма обучения

Наименование разделов, тем	Используемые образовательные технологии	Часы
<b>Раздел №1 «Маркетинг в сфере ИКТ»</b> Тема 1.1 Особенности маркетинга в сети Интернет Тема 1.2 Маркетинговые исследования в сети: проведение опросов. Тема 1.3 Маркетинговые исследования в сети: поисковые системы. Тема 1.4 Web-аналитика Тема 1.5 Организация продвижения в Интернет.	Обсуждение решений профессионально-ориентированных заданий и задач; обсуждение и анализ решения кейсов	<b>20</b>

### РАЗДЕЛ 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

#### Самостоятельная работа

Наименование разделов/тем	Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение
<b>Раздел №1 «Маркетинг в сфере ИКТ»</b> Тема 1.1 Особенности маркетинга в сети Интернет Тема 1.2 Маркетинговые исследования в сети: проведение опросов. Тема 1.3 Маркетинговые исследования в сети: поисковые системы. Тема 1.4 Web-аналитика Тема 1.5 Организация продвижения в Интернет.	Аудитория Рунет. Социальные сети. Информационная безопасность при проведении маркетинговых исследований. Поиск по нетекстовой информации. Поиск маркетинговой информации в блогсфере. Сервисы для автоматизации процессов поиска. Дашборды и чек-листы. Технический аудит сайта. Другие инструменты продвижения, используемые в сети. Связи с общественностью. Продвижение в социальных сетях. Сетевые дневники. Планирование продвижения сайта сетевого дневника в сети. Подготовка отчета по эффективности сетевого дневника

#### 6.1. Примерные задания для самостоятельной работы

1. Изучить специальные сервисы для проведения технического аудита сайта.
2. Исследовать инструменты продвижения, используемые в сети.
3. Изучить принципы осуществления связи с общественностью. Продвижение в социальных сетях.

### РАЗДЕЛ 7. ОЦЕНОЧНЫЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ (ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ) ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

#### *7.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине.*

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине «Информационный маркетинг» в 6 семестре является зачет, который проводится в **устной** форме.

*Таблица 7.1*

**ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ В СООТНОШЕНИИ С ОЦЕНОЧНЫМИ СРЕДСТВАМИ**

Планируемые результаты, характеризующие этапы формирования компетенции	Содержание учебного материала	Примеры контрольных вопросов и заданий для оценки знаний, умений, владений	Методы/ средства контроля
УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности			
ИУК-10.1 Знать основы экономической культуры и финансовой грамотности в различных областях жизнедеятельности	<p>Раздел 1. «Маркетинг в сфере ИКТ»</p> <p>Тема 1.1 Особенности маркетинга в сети Интернет</p> <p>Тема 1.2 Маркетинговые исследования в сети: проведение опросов.</p> <p>Тема 1.3 Маркетинговые исследования в сети: поисковые системы.</p> <p>Тема 1.4 Web-аналитика</p> <p>Тема 1.5 Организация продвижения в Интернет.</p>	Персонализация в маркетинге Глобальная сеть как универсальный телекоммуникационный канал	Устный контроль/ опрос на семинарских занятиях, зачете, экзамене; анализ докладов на семинарских занятиях; анализ защиты рефератов; анализ защиты проектов; применение теоретических знаний при анализе (разборе) конкретных практико-ориентированных ситуаций и профессионально-прикладных задач, анализ использования теоретических знаний в процессе решения кейсов, в ходе деловых игр; письменный контроль, анализ содержания эссе; тестирование (выполнение тестовых заданий)
ИУК-10.2 Уметь управлять процессами личного экономического и финансового планирования для достижения целей в различных областях жизнедеятельности	<p>Раздел 1. «Маркетинг в сфере ИКТ»</p> <p>Тема 1.1 Особенности маркетинга в сети Интернет</p> <p>Тема 1.2 Маркетинговые исследования в сети: проведение опросов.</p> <p>Тема 1.3 Маркетинговые исследования в сети: поисковые системы.</p> <p>Тема 1.4 Web-аналитика</p> <p>Тема 1.5 Организация продвижения в Интернет.</p>	Ресурсы сети Аудитория Рунет	Анализ проявленных умений при решении кейсов, в ходе деловых игр; письменный контроль, анализ качества решений профессиональных задач в контрольных работах; анализ содержания профессионально-ориентированных эссе; тестирование (выполнение тестовых заданий); анализ защит профессионально-ориентированных проектов; опрос на семинарских занятиях, зачете, анализ докладов на семинарских занятиях; анализ защиты рефератов; анализ решения конкретных

			практико-ориентированных ситуаций и профессионально-прикладных задач, анализ выполнения контрольных работ
ИУК-10.3 Владеть способами принятия обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности	Раздел 1. «Маркетинг в сфере ИКТ» Тема 1.1 Особенности маркетинга в сети Интернет Тема 1.2 Маркетинговые исследования в сети: проведение опросов. Тема 1.3 Маркетинговые исследования в сети: поисковые системы. Тема 1.4 Web-аналитика Тема 1.5 Организация продвижения в Интернет.	Социальные сети Опросы в сети Сервисы опросов Планирование «полевых» исследований в сети Средства для составления анкет и сбора данных	Анализ проявленных навыков при решении кейсов, в ходе деловых игр; письменный контроль, анализ качества решений профессиональных задач в контрольных работах; анализ содержания профессионально-ориентированных эссе; тестирование (выполнение тестовых заданий); анализ защит профессионально-ориентированных проектов; опрос на семинарских занятиях, зачете, экзамене; анализ докладов на семинарских занятиях; анализ защиты рефератов; анализ решения конкретных практико-ориентированных ситуаций и профессионально-прикладных задач, анализ выполнения контрольных работ
ПК-1 Способен проектировать прикладное программное обеспечение			
ИПК-1.1 Знать принципы построения архитектуры программного обеспечения и виды архитектуры программного обеспечения; типовые решения, библиотеки программных модулей, шаблоны, классы объектов, используемые при разработке программного обеспечения; методы и средства проектирования программного обеспечения; методы и средства проектирования баз данных; методы и средства проектирования программных интерфейсов	Раздел 1. «Маркетинг в сфере ИКТ» Тема 1.1 Особенности маркетинга в сети Интернет Тема 1.2 Маркетинговые исследования в сети: проведение опросов. Тема 1.3 Маркетинговые исследования в сети: поисковые системы. Тема 1.4 Web-аналитика Тема 1.5 Организация продвижения в Интернет.	1. Поисковые средства сети 2. Специальные поисковые системы 3. Поиск по нетекстовой информации 4. Поиск маркетинговой информации в блогсфере 5. Сервисы для автоматизации процессов поиска 6. Информационная безопасность при проведении маркетинговых исследований 7. Показатели для анализа трафика и поведения посетителей на сайте 8. Анализ эффективности сайта 9. Технический аудит сайта 10. Методы рекламы в сети Интернет 11. Контекстная реклама 12. Медийная реклама 13. Планирование	Устный контроль/ опрос на семинарских занятиях, зачете, экзамене; анализ докладов на семинарских занятиях; анализ защиты рефератов; анализ защиты проектов; применение теоретических знаний при анализе (разборе) конкретных практико-ориентированных ситуаций и профессионально-прикладных задач, анализ использования теоретических

		<p>рекламных кампаний в сети Интернет</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>14. Другие инструменты продвижения, используемые в сети</li> <li>15. Связи с общественностью</li> <li>16. Продвижение в социальных сетях</li> <li>17. Сетевые дневники</li> <li>18. Разработка проекта сетевого дневника для продвижения товара, услуги или идеи</li> <li>19. Поиск дневников-аналогов и сравнение характеристик</li> <li>20. Анализ служб поддержки дневников и выбор блог-хостинга</li> <li>21. Создание прототипа сетевого дневника</li> <li>22. Планирование продвижения сайта сетевого дневника в сети</li> <li>23. Подготовка отчета</li> <li>24. Формулировка стратегии, цели и задачи интернет-маркетинга</li> <li>25. Анализ конкурентов в интернете</li> <li>26. Проведение технического аудита сайта</li> <li>27. Поисковая оптимизация – маркетинговый подход</li> <li>28. Разработка рекламных каналов в сети</li> <li>29. Разработка контент-рекламы</li> <li>30. Разработка стратегии интернет-маркетинга</li> <li>31. Разработка концепции сетевого дневника, имеющего заданную цель</li> <li>32. Цель создания дневника</li> <li>33. Целевая аудиторию, для которой создается дневник</li> <li>34. Блог-сфера и место коммуникации целевой аудитории</li> <li>35. Формат дневника</li> <li>36. Функционал дневника для целевой аудитории,</li> <li>37. Дизайн первой страницы и страниц с постами</li> </ol>	<p>знаний в процессе решения кейсов, в ходе деловых игр; письменный контроль, анализ содержания эссе; тестирование (выполнение тестовых заданий)</p>
<p>ИПК-1.2 Уметь использовать существующие типовые решения и шаблоны проектирования программного обеспечения; применять методы и средства проектирования программного обеспечения, структур данных, баз данных, программных интерфейсов; осуществлять коммуникации с заинтересованными сторонами</p>	<p>Раздел 1. «Маркетинг в сфере ИКТ»  Тема 1.1 Особенности маркетинга в сети Интернет  Тема 1.2 Маркетинговые исследования в сети: проведение опросов.  Тема 1.3 Маркетинговые исследования в сети: поисковые системы.  Тема 1.4 Web-аналитика  Тема 1.5 Организация продвижения в Интернет.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Поисковые средства сети</li> <li>2. Специальные поисковые системы</li> <li>3. Поиск по нетекстовой информации</li> <li>4. Поиск маркетинговой информации в блогсфере</li> <li>5. Сервисы для автоматизации процессов поиска</li> <li>6. Информационная безопасность при проведении маркетинговых исследований</li> <li>7. Показатели для анализа трафика и поведения посетителей на сайте</li> <li>8. Анализ эффективности</li> </ol>	<p>Анализ проявленных умений при решении кейсов, в ходе деловых игр; письменный контроль, анализ качества решений профессиональных задач в контрольных работах; анализ содержания профессионально-ориентированных эссе; тестирование</p>

		<p>сайта</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>9. Технический аудит сайта</li> <li>10. Методы рекламы в сети Интернет</li> <li>11. Контекстная реклама</li> <li>12. Медийная реклама</li> <li>13. Планирование рекламных кампаний в сети Интернет</li> <li>14. Другие инструменты продвижения, используемые в сети</li> <li>15. Связи с общественностью</li> <li>16. Продвижение в социальных сетях</li> <li>17. Сетевые дневники</li> <li>18. Разработка проекта сетевого дневника для продвижения товара, услуги или идеи</li> <li>19. Поиск дневников-аналогов и сравнение характеристик</li> <li>20. Анализ служб поддержки дневников и выбор блог-хостинга</li> <li>21. Создание прототипа сетевого дневника</li> <li>22. Планирование продвижения сайта сетевого дневника в сети</li> <li>23. Подготовка отчета</li> <li>24. Формулировка стратегии, цели и задачи интернет-маркетинга</li> <li>25. Анализ конкурентов в интернете</li> <li>26. Проведение технического аудита сайта</li> <li>27. Поисковая оптимизация – маркетинговый подход</li> <li>28. Разработка рекламных каналов в сети</li> <li>29. Разработка контент-рекламы</li> <li>30. Разработка стратегии интернет-маркетинга</li> <li>31. Разработка концепции сетевого дневника, имеющего заданную цель</li> <li>32. Цель создания дневника</li> <li>33. Целевая аудиторию, для которой создается дневник</li> <li>34. Блог-сфера и место коммуникации целевой аудитории</li> <li>35. Формат дневника</li> <li>36. Функционал дневника для целевой аудитории,</li> <li>37. Дизайн первой страницы и страниц с постами</li> </ol>	<p>(выполнение тестовых заданий); анализ защит профессионально-ориентированных проектов; опрос на семинарских занятиях, зачете, анализ докладов на семинарских занятиях; анализ защиты рефератов; анализ решения конкретных практико-ориентированных ситуаций и профессионально-прикладных задач, анализ выполнения контрольных работ</p>
<p>ИПК-1.3 Владеть разработкой, изменением и согласованием архитектуры программного обеспечения с системным аналитиком и архитектором программного обеспечения; проектирования структур данных; системой</p>	<p>Раздел 1. «Маркетинг в сфере ИКТ»  Тема 1.1 Особенности маркетинга в сети Интернет  Тема 1.2 Маркетинговые исследования в сети: проведение опросов.  Тема 1.3 Маркетинговые исследования в сети: поисковые</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Поисковые средства сети</li> <li>2. Специальные поисковые системы</li> <li>3. Поиск по нетекстовой информации</li> <li>4. Поиск маркетинговой информации в блогсфере</li> <li>5. Сервисы для автоматизации процессов поиска</li> </ol>	<p>Анализ проявленных навыков при решении кейсов, в ходе деловых игр; письменный контроль, анализ качества решений профессиональных задач в</p>

<p>проектирования баз данных; системой проектирования программных интерфейсов; оценкой и согласованием сроков выполнения поставленных задач</p>	<p>системы. Тема 1.4 Web-аналитика Тема 1.5 Организация продвижения в Интернет.</p>	<p>6. Информационная безопасность при проведении маркетинговых исследований 7. Показатели для анализа трафика и поведения посетителей на сайте 8. Анализ эффективности сайта 9. Технический аудит сайта 10. Методы рекламы в сети Интернет 11. Контекстная реклама 12. Медийная реклама 13. Планирование рекламных кампаний в сети Интернет 14. Другие инструменты продвижения, используемые в сети 15. Связи с общественностью 16. Продвижение в социальных сетях 17. Сетевые дневники 18. Разработка проекта сетевого дневника для продвижения товара, услуги или идеи 19. Поиск дневников-аналогов и сравнение характеристик 20. Анализ служб поддержки дневников и выбор блог-хостинга 21. Создание прототипа сетевого дневника 22. Планирование продвижения сайта сетевого дневника в сети 23. Подготовка отчета 24. Формулировка стратегии, цели и задачи интернет-маркетинга 25. Анализ конкурентов в интернете 26. Проведение технического аудита сайта 27. Поисковая оптимизация – маркетинговый подход 28. Разработка рекламных каналов в сети 29. Разработка контент-рекламы 30. Разработка стратегии интернет-маркетинга 31. Разработка концепции сетевого дневника, имеющего заданную цель 32. Цель создания дневника 33. Целевая аудиторию, для которой создается дневник 34. Блог-сфера и место коммуникации целевой аудитории 35. Формат дневника 36. Функционал дневника для целевой аудитории, 37. Дизайн первой страницы и страниц с постами</p>	<p>контрольных работах; анализ содержания профессионально-ориентированных эссе; тестирование (выполнение тестовых заданий); анализ защит профессионально-ориентированных проектов; опрос на семинарских занятиях, зачете, экзамене; анализ докладов на семинарских занятиях; анализ защиты рефератов; анализ решения конкретных практико-ориентированных ситуаций и профессионально-прикладных задач, анализ выполнения контрольных работ</p>
<p>ПК-2. Способен осуществлять инженерно-технологическую поддержку планирования управления требованиями по со-зданию (модификации) и сопровождению ИС</p>			



<p>ИПК-2.1. Знать инструменты и методы управления требованиями; предметной областью автоматизации; возможностями ИС; источниками информации, необходимой для профессиональной деятельности; современный и зарубежный опыт в профессиональной деятельности; инструменты и методы моделирования бизнес-процессов организации; основы реинжиниринга бизнес-процессов организации; управление содержанием проекта: документирование требований, систему анализа продукта, модерлируемых совещаний; управление качеством: контрольные списки, верификация, валидация (приемосдаточные испытания); управление коммуникациями в проекте: базовые навыки управления (в том числе проведение презентаций, проведение переговоров, публичные выступления); культуру речи; правила деловой переписки.</p>	<p>Раздел 1. «Маркетинг в сфере ИКТ»  Тема 1.1 Особенности маркетинга в сети Интернет  Тема 1.2 Маркетинговые исследования в сети: проведение опросов.  Тема 1.3 Маркетинговые исследования в сети: поисковые системы.  Тема 1.4 Web-аналитика  Тема 1.5 Организация продвижения в Интернет.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Поисковые средства сети</li> <li>2. Специальные поисковые системы</li> <li>3. Поиск по нетекстовой информации</li> <li>4. Поиск маркетинговой информации в блогсфере</li> <li>5. Сервисы для автоматизации процессов поиска</li> <li>6. Информационная безопасность при проведении маркетинговых исследований</li> <li>7. Показатели для анализа трафика и поведения посетителей на сайте</li> <li>8. Анализ эффективности сайта</li> <li>9. Технический аудит сайта</li> <li>10. Методы рекламы в сети Интернет</li> <li>11. Контекстная реклама</li> <li>12. Медийная реклама</li> <li>13. Планирование рекламных кампаний в сети Интернет</li> <li>14. Другие инструменты продвижения, используемые в сети</li> <li>15. Связи с общественностью</li> <li>16. Продвижение в социальных сетях</li> <li>17. Сетевые дневники</li> <li>18. Разработка проекта сетевого дневника для продвижения товара, услуги или идеи</li> <li>19. Поиск дневников-аналогов и сравнение характеристик</li> <li>20. Анализ служб поддержки дневников и выбор блог-хостинга</li> <li>21. Создание прототипа сетевого дневника</li> <li>22. Планирование продвижения сайта сетевого дневника в сети</li> <li>23. Подготовка отчета</li> <li>24. Формулировка стратегии, цели и задачи интернет-маркетинга</li> <li>25. Анализ конкурентов в интернете</li> <li>26. Проведение технического аудита сайта</li> <li>27. Поисковая оптимизация – маркетинговый подход</li> <li>28. Разработка рекламных каналов в сети</li> <li>29. Разработка контент-рекламы</li> <li>30. Разработка стратегии интернет-маркетинга</li> <li>31. Разработка концепции сетевого дневника, имеющего заданную цель</li> <li>32. Цель создания дневника</li> <li>33. Целевая аудиторию, для которой создается дневник</li> <li>34. Блог-сфера и место коммуникации целевой</li> </ol>	<p>Устный контроль/ опрос на семинарских занятиях, зачете, экзамене; анализ докладов на семинарских занятиях; анализ защиты рефератов; анализ защиты проектов; применение теоретических знаний при анализе (разборе) конкретных практико-ориентированных ситуаций и профессионально-прикладных задач, анализ использования теоретических знаний в процессе решения кейсов, в ходе деловых игр; письменный контроль, анализ содержания эссе; тестирование (выполнение тестовых заданий)</p>
--	--	--	--

			<p>аудитории</p> <p>35. Формат дневника</p> <p>36. Функционал дневника для целевой аудитории,</p> <p>37. Дизайн первой страницы и страниц с постами</p>	
ИПК-2.2. анализировать данные; планировать работы.	<p>Уметь входные работы.</p>	<p>Раздел 1. «Маркетинг в сфере ИКТ»</p> <p>Тема 1.1 Особенности маркетинга в сети Интернет</p> <p>Тема 1.2 Маркетинговые исследования в сети: проведение опросов.</p> <p>Тема 1.3 Маркетинговые исследования в сети: поисковые системы.</p> <p>Тема 1.4 Web-аналитика</p> <p>Тема 1.5 Организация продвижения в Интернет.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Поисковые средства сети</li> <li>2. Специальные поисковые системы</li> <li>3. Поиск по нетекстовой информации</li> <li>4. Поиск маркетинговой информации в блогосфере</li> <li>5. Сервисы для автоматизации процессов поиска</li> <li>6. Информационная безопасность при проведении маркетинговых исследований</li> <li>7. Показатели для анализа трафика и поведения посетителей на сайте</li> <li>8. Анализ эффективности сайта</li> <li>9. Технический аудит сайта</li> <li>10. Методы рекламы в сети Интернет</li> <li>11. Контекстная реклама</li> <li>12. Медийная реклама</li> <li>13. Планирование рекламных кампаний в сети Интернет</li> <li>14. Другие инструменты продвижения, используемые в сети</li> <li>15. Связи с общественностью</li> <li>16. Продвижение в социальных сетях</li> <li>17. Сетевые дневники</li> <li>18. Разработка проекта сетевого дневника для продвижения товара, услуги или идеи</li> <li>19. Поиск дневников-аналогов и сравнение характеристик</li> <li>20. Анализ служб поддержки дневников и выбор блог-хостинга</li> <li>21. Создание прототипа сетевого дневника</li> <li>22. Планирование продвижения сайта сетевого дневника в сети</li> <li>23. Подготовка отчета</li> <li>24. Формулировка стратегии, цели и задачи интернет-маркетинга</li> <li>25. Анализ конкурентов в интернете</li> <li>26. Проведение технического аудита сайта</li> <li>27. Поисковая оптимизация – маркетинговый подход</li> <li>28. Разработка рекламных каналов в сети</li> <li>29. Разработка контент-рекламы</li> <li>30. Разработка стратегии интернет-маркетинга</li> </ol>	<p>Анализ проявленных умений при решении кейсов, в ходе деловых игр; письменный контроль, анализ качества решений профессиональных задач в контрольных работах; анализ содержания профессионально-ориентированных эссе; тестирование (выполнение тестовых заданий); анализ защит профессионально-ориентированных проектов; опрос на семинарских занятиях, зачете, анализ докладов на семинарских занятиях; анализ защиты рефератов; анализ решения конкретных практико-ориентированных ситуаций и профессионально-прикладных задач, анализ выполнения контрольных работ</p>

		<p>31. Разработка концепции сетевого дневника, имеющего заданную цель</p> <p>32. Цель создания дневника</p> <p>33. Целевая аудиторию, для которой создается дневник</p> <p>34. Блог-сфера и место коммуникации целевой аудитории</p> <p>35. Формат дневника</p> <p>36. Функционал дневника для целевой аудитории,</p> <p>37. Дизайн первой страницы и страниц с постами</p>	
<p>ИПК-2.3. Владеть системным подходом для выбора технологии управления требованиями; представлениями исходных данных для разработки плана управления требованиями; системой согласования в части инженерно-технологического обеспечения плана управления требованиями с заинтересованными сторонами</p>	<p>Раздел 1. «Маркетинг в сфере ИКТ»</p> <p>Тема 1.1 Особенности маркетинга в сети Интернет</p> <p>Тема 1.2 Маркетинговые исследования в сети: проведение опросов.</p> <p>Тема 1.3 Маркетинговые исследования в сети: поисковые системы.</p> <p>Тема 1.4 Web-аналитика</p> <p>Тема 1.5 Организация продвижения в Интернет.</p>	<p>1. Поисковые средства сети</p> <p>2. Специальные поисковые системы</p> <p>3. Поиск по нетекстовой информации</p> <p>4. Поиск маркетинговой информации в блогсфере</p> <p>5. Сервисы для автоматизации процессов поиска</p> <p>6. Информационная безопасность при проведении маркетинговых исследований</p> <p>7. Показатели для анализа трафика и поведения посетителей на сайте</p> <p>8. Анализ эффективности сайта</p> <p>9. Технический аудит сайта</p> <p>10. Методы рекламы в сети Интернет</p> <p>11. Контекстная реклама</p> <p>12. Медийная реклама</p> <p>13. Планирование рекламных кампаний в сети Интернет</p> <p>14. Другие инструменты продвижения, используемые в сети</p> <p>15. Связи с общественностью</p> <p>16. Продвижение в социальных сетях</p> <p>17. Сетевые дневники</p> <p>18. Разработка проекта сетевого дневника для продвижения товара, услуги или идеи</p> <p>19. Поиск дневников-аналогов и сравнение характеристик</p> <p>20. Анализ служб поддержки дневников и выбор блог-хостинга</p> <p>21. Создание прототипа сетевого дневника</p> <p>22. Планирование продвижения сайта сетевого дневника в сети</p> <p>23. Подготовка отчета</p> <p>24. Формулировка стратегии, цели и задачи интернет-маркетинга</p> <p>25. Анализ конкурентов в интернете</p> <p>26. Проведение технического аудита сайта</p> <p>27. Поисковая оптимизация</p>	<p>Анализ проявленных навыков при решении кейсов, в ходе деловых игр; письменный контроль, анализ качества решений профессиональных задач в контрольных работах; анализ содержания профессионально-ориентированных эссе; тестирование (выполнение тестовых заданий); анализ защит профессионально-ориентированных проектов; опрос на семинарских занятиях, зачете, экзамене; анализ докладов на семинарских занятиях; анализ защиты рефератов; анализ решения конкретных практико-ориентированных ситуаций и профессионально-прикладных задач, анализ выполнения контрольных работ</p>

		<p>– маркетинговый подход</p> <p>28. Разработка рекламных каналов в сети</p> <p>29. Разработка контент-рекламы</p> <p>30. Разработка стратегии интернет-маркетинга</p> <p>31. Разработка концепции сетевого дневника, имеющего заданную цель</p> <p>32. Цель создания дневника</p> <p>33. Целевая аудиторию, для которой создается дневник</p> <p>34. Блог-сфера и место коммуникации целевой аудитории</p> <p>35. Формат дневника</p> <p>36. Функционал дневника для целевой аудитории,</p> <p>37. Дизайн первой страницы и страниц с постами</p>	
ПК-3. Способен применять системный подход для составления технико-экономического обоснования проектных решений и технического задания на разработку информационной системы			
<p>ИПК3.1. Знать возможности типовой ИС; предметную область автоматизации; методы выявления требований; технологии межличностной и групповой коммуникации в де-ловом взаимодействии, основы конфликтологии; технологии подготовки и проведения презентаций; архитектуру, устройство и функционирование вычислительных систем; коммуникационное оборудование; сетевые протоколы; ос-новы современных операционных систем; основы современных систем управления базами данных; устройство и функционирование современных ИС; современные стандарты информационного взаимодействия систем; программные средства и платформы инфраструктуры информационных технологий организаций; современные подходы и стандарты автоматизации организации (например, CRM, MRP, ERP..., ITIL, ITSM); основы теории систем и системного анализа; методики описания и моделирования бизнес-процессов, средства моделирования бизнес-процессов; системы классификации и кодирования информации, в том числе присвоение кодов документам и элементам справочников; отраслевая</p>	<p>Раздел 1. «Маркетинг в сфере ИКТ»</p> <p>Тема 1.1 Особенности маркетинга в сети Интернет</p> <p>Тема 1.2 Маркетинговые исследования в сети: проведение опросов.</p> <p>Тема 1.3 Маркетинговые исследования в сети: поисковые системы.</p> <p>Тема 1.4 Web-аналитика</p> <p>Тема 1.5 Организация продвижения в Интернет.</p>	<p>1. Поисковые средства сети</p> <p>2. Специальные поисковые системы</p> <p>3. Поиск по нетекстовой информации</p> <p>4. Поиск маркетинговой информации в блогсфере</p> <p>5. Сервисы для автоматизации процессов поиска</p> <p>6. Информационная безопасность при проведении маркетинговых исследований</p> <p>7. Показатели для анализа трафика и поведения посетителей на сайте</p> <p>8. Анализ эффективности сайта</p> <p>9. Технический аудит сайта</p> <p>10. Методы рекламы в сети Интернет</p> <p>11. Контекстная реклама</p> <p>12. Медийная реклама</p> <p>13. Планирование рекламных кампаний в сети Интернет</p> <p>14. Другие инструменты продвижения, используемые в сети</p> <p>15. Связи с общественностью</p> <p>16. Продвижение в социальных сетях</p> <p>17. Сетевые дневники</p> <p>18. Разработка проекта сетевого дневника для продвижения товара, услуги или идеи</p> <p>19. Поиск дневников-аналогов и сравнение характеристик</p> <p>20. Анализ служб поддержки дневников и выбор блог-хостинга</p> <p>21. Создание прототипа сетевого дневника</p> <p>22. Планирование продвижения сайта сетевого дневника в сети</p>	<p>Устный контроль/ опрос на семинарских занятиях, зачете, экзамене; анализ докладов на семинарских занятиях; анализ защиты рефератов; анализ защиты проектов; применение теоретических знаний при анализе (разборе) конкретных практико-ориентированных ситуаций и профессионально-прикладных задач, анализ использования теоретических знаний в процессе решения кейсов, в ходе деловых игр; письменный контроль, анализ содержания эссе; тестирование (выполнение тестовых заданий)</p>

<p>нормативная техническая документация; источники информации, необходимой для профессиональной деятельности; современный отечественный и зарубежный опыт в профессиональной деятельности; формирование и механизмы рыночных процессов организации; основы менеджмента, в том числе менеджмента качества; основы бухгалтерского учета и отчетности организаций; основы налогового законодательства Российской Федерации; основы управленческого учета; основы финансового учета и бюджетирования; основы международных стандартов финансовой отчетности (МСФО); основы управления торгов-лей, поставками и запасами; основы организации производства; основы управления взаимоотношениями с клиентами и заказчиками (CRM); основы управления персоналом, включая вопросы оплаты труда; основы теории управления; современные инструменты и методы управления организацией, в том числе методы планирования деятельности, распределения поручений, контроля исполнения, принятия решений; методология ведения документооборота в организациях; инструменты и методы определения финансовых и производственных показателей деятельности организаций; основы организационной диагностики; инструменты и методы моделирования бизнес-процессов организации; основы реинжиниринга бизнес-процессов организации; управление содержанием проекта документирование требований, анализ продукта, модерлируемые совещания; культура речи; правила деловой переписки.</p>		<p>23. Подготовка отчета 24. Формулировка стратегии, цели и задачи интернет-маркетинга 25. Анализ конкурентов в интернете 26. Проведение технического аудита сайта 27. Поисковая оптимизация – маркетинговый подход 28. Разработка рекламных каналов в сети 29. Разработка контент-рекламы 30. Разработка стратегии интернет-маркетинга 31. Разработка концепции сетевого дневника, имеющего заданную цель 32. Цель создания дневника 33. Целевая аудиторию, для которой создается дневник 34. Блог-сфера и место коммуникации целевой аудитории 35. Формат дневника 36. Функционал дневника для целевой аудитории, 37. Дизайн первой страницы и страниц с постами</p>	
<p>ИПК-3.2 Уметь проводить переговоры; проводить презентации; подготавливать протоколы мероприятий.</p>	<p>Раздел 1. «Маркетинг в сфере ИКТ» Тема 1.1 Особенности маркетинга в сети Интернет</p>	<p>1. Поисковые средства сети 2. Специальные поисковые системы 3. Поиск по нетекстовой информации</p>	<p>Анализ проявленных умений при решении кейсов, в ходе</p>

	<p>Тема 1.2 Маркетинговые исследования в сети: проведение опросов.</p> <p>Тема 1.3 Маркетинговые исследования в сети: поисковые системы.</p> <p>Тема 1.4 Web-аналитика</p> <p>Тема 1.5 Организация продвижения в Интернет.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>4. Поиск маркетинговой информации в блогсфере</li> <li>5. Сервисы для автоматизации процессов поиска</li> <li>6. Информационная безопасность при проведении маркетинговых исследований</li> <li>7. Показатели для анализа трафика и поведения посетителей на сайте</li> <li>8. Анализ эффективности сайта</li> <li>9. Технический аудит сайта</li> <li>10. Методы рекламы в сети Интернет</li> <li>11. Контекстная реклама</li> <li>12. Медийная реклама</li> <li>13. Планирование рекламных кампаний в сети Интернет</li> <li>14. Другие инструменты продвижения, используемые в сети</li> <li>15. Связи с общественностью</li> <li>16. Продвижение в социальных сетях</li> <li>17. Сетевые дневники</li> <li>18. Разработка проекта сетевого дневника для продвижения товара, услуги или идеи</li> <li>19. Поиск дневников-аналогов и сравнение характеристик</li> <li>20. Анализ служб поддержки дневников и выбор блог-хостинга</li> <li>21. Создание прототипа сетевого дневника</li> <li>22. Планирование продвижения сайта сетевого дневника в сети</li> <li>23. Подготовка отчета</li> <li>24. Формулировка стратегии, цели и задачи интернет-маркетинга</li> <li>25. Анализ конкурентов в интернете</li> <li>26. Проведение технического аудита сайта</li> <li>27. Поисковая оптимизация – маркетинговый подход</li> <li>28. Разработка рекламных каналов в сети</li> <li>29. Разработка контент-рекламы</li> <li>30. Разработка стратегии интернет-маркетинга</li> <li>31. Разработка концепции сетевого дневника, имеющего заданную цель</li> <li>32. Цель создания дневника</li> <li>33. Целевая аудиторию, для которой создается дневник</li> <li>34. Блог-сфера и место коммуникации целевой аудитории</li> <li>35. Формат дневника</li> <li>36. Функционал дневника для целевой аудитории,</li> <li>37. Дизайн первой страницы</li> </ol>	<p>деловых игр; письменный контроль, анализ качества решений профессиональных задач в контрольных работах; анализ содержания профессионально-ориентированных эссе; тестирование (выполнение тестовых заданий); анализ защит профессионально-ориентированных проектов; опрос на семинарских занятиях, зачете, анализ докладов на семинарских занятиях; анализ защиты рефератов; анализ решения конкретных практико-ориентированных ситуаций и профессионально-прикладных задач, анализ выполнения контрольных работ</p>
--	--	---	--

<p>ИПК 3.3. Владеть основами выявления первоначальных требований заказчика к ИС; системой информирования заказчика о возможностях типовой ИС и вариантах ее модификации; определениями возможностей достижения соответствия ИС первоначальным требованиям заказчика; основами составления протоколов переговоров с заказчиком</p>	<p>Раздел 1. «Маркетинг в сфере ИКТ»  Тема 1.1 Особенности маркетинга в сети Интернет  Тема 1.2 Маркетинговые исследования в сети: проведение опросов.  Тема 1.3 Маркетинговые исследования в сети: поисковые системы.  Тема 1.4 Web-аналитика  Тема 1.5 Организация продвижения в Интернет.</p>	<p>и страниц с постами</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Поисковые средства сети</li> <li>2. Специальные поисковые системы</li> <li>3. Поиск по нетекстовой информации</li> <li>4. Поиск маркетинговой информации в блогсфере</li> <li>5. Сервисы для автоматизации процессов поиска</li> <li>6. Информационная безопасность при проведении маркетинговых исследований</li> <li>7. Показатели для анализа трафика и поведения посетителей на сайте</li> <li>8. Анализ эффективности сайта</li> <li>9. Технический аудит сайта</li> <li>10. Методы рекламы в сети Интернет</li> <li>11. Контекстная реклама</li> <li>12. Медийная реклама</li> <li>13. Планирование рекламных кампаний в сети Интернет</li> <li>14. Другие инструменты продвижения, используемые в сети</li> <li>15. Связи с общественностью</li> <li>16. Продвижение в социальных сетях</li> <li>17. Сетевые дневники</li> <li>18. Разработка проекта сетевого дневника для продвижения товара, услуги или идеи</li> <li>19. Поиск дневников-аналогов и сравнение характеристик</li> <li>20. Анализ служб поддержки дневников и выбор блог-хостинга</li> <li>21. Создание прототипа сетевого дневника</li> <li>22. Планирование продвижения сайта сетевого дневника в сети</li> <li>23. Подготовка отчета</li> <li>24. Формулировка стратегии, цели и задачи интернет-маркетинга</li> <li>25. Анализ конкурентов в интернете</li> <li>26. Проведение технического аудита сайта</li> <li>27. Поисковая оптимизация – маркетинговый подход</li> <li>28. Разработка рекламных каналов в сети</li> <li>29. Разработка контент-рекламы</li> <li>30. Разработка стратегии интернет-маркетинга</li> <li>31. Разработка концепции сетевого дневника, имеющего заданную цель</li> <li>32. Цель создания дневника</li> <li>33. Целевая аудиторию, для которой создается дневник</li> </ol>	<p>Анализ проявленных навыков при решении кейсов, в ходе деловых игр; письменный контроль, анализ качества решений профессиональных задач в контрольных работах; анализ содержания профессионально-ориентированных эссе; тестирование (выполнение тестовых заданий); анализ защит профессионально-ориентированных проектов; опрос на семинарских занятиях, зачете, экзамене; анализ докладов на семинарских занятиях; анализ защиты рефератов; анализ решения конкретных практико-ориентированных ситуаций и профессионально-прикладных задач, анализ выполнения контрольных работ</p>
---	--	--	--

		34. Блог-сфера и место коммуникации целевой аудитории 35. Формат дневника 36. Функционал дневника для целевой аудитории, 37. Дизайн первой страницы и страниц с постами	
--	--	--	--

## **7.2.Перечень вопросов для подготовки к промежуточной аттестации (зачет)**

1. Персонализация в маркетинге
2. Глобальная сеть как универсальный телекоммуникационный канал
3. Ресурсы сети
4. Аудитория Рунет
5. Социальные сети
6. Опросы в сети Сервисы опросов
7. Планирование «полевых» исследований в сети
8. Средства для составления анкет и сбора данных
9. Поисквые средства сети
10. Специальные поисковые системы
11. Поиск по нетекстовой информации
12. Поиск маркетинговой информации в блогсфере
13. Сервисы для автоматизации процессов поиска
14. Информационная безопасность при проведении маркетинговых исследований
15. Показатели для анализа трафика и поведения посетителей на сайте
16. Анализ эффективности сайта
17. Технический аудит сайта
18. Методы рекламы в сети Интернет
19. Контекстная реклама
20. Медийная реклама
21. Планирование рекламных кампаний в сети Интернет
22. Другие инструменты продвижения, используемые в сети
23. Связи с общественностью
24. Продвижение в социальных сетях
25. Сетевые дневники
26. Разработка проекта сетевого дневника для продвижения товара, услуги или идеи
27. Поиск дневников-аналогов и сравнение характеристик
28. Анализ служб поддержки дневников и выбор блог-хостинга
29. Создание прототипа сетевого дневника
30. Планирование продвижения сайта сетевого дневника в сети
31. Подготовка отчета
32. Формулировка стратегии, цели и задачи интернет-маркетинга
33. Анализ конкурентов в интернете
34. Проведение технического аудита сайта
35. Поисковая оптимизация – маркетинговый подход
36. Разработка рекламных каналов в сети
37. Разработка контент-рекламы
38. Разработка стратегии интернет-маркетинга
39. Разработка концепции сетевого дневника, имеющего заданную цель
40. Цель создания дневника
41. Целевая аудиторию, для которой создается дневник
42. Блог-сфера и место коммуникации целевой аудитории
43. Формат дневника
44. Функционал дневника для целевой аудитории,
45. Дизайн первой страницы и страниц с постами

## **7.3. Описание показателей и критериев оценивания сформированности компетенций на различных этапах их формирования; шкалы и процедуры оценивания**



### 7.3.1. Оценивание ответов на вопросы и выполнения заданий для текущей и промежуточной аттестации

При оценке знаний учитывается уровень сформированности компетенций:

1. Уровень усвоения теоретических положений дисциплины, правильность формулировки основных понятий и закономерностей.
2. Уровень знания фактического материала в объеме программы.
3. Логика, структура и грамотность изложения вопроса.
4. Умение связать теорию с практикой.
5. Умение делать обобщения, выводы.

#### Шкала оценивания на зачете

Оценка	Критерии выставления оценки
Зачтено	Обучающийся должен: <ul style="list-style-type: none"><li>- продемонстрировать общее знание изучаемого материала;</li><li>- показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины;</li><li>- уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li><li>- знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.</li></ul>
Не зачтено	Обучающийся демонстрирует: <ul style="list-style-type: none"><li>- незнание значительной части программного материала;</li><li>- не владение понятийным аппаратом дисциплины;</li><li>- существенные ошибки при изложении учебного материала;</li><li>- неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li><li>- неумение делать выводы по излагаемому материалу.</li></ul>

### 7.4. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.

Качество знаний характеризуется способностью обучающегося точно, структурированно и уместно воспроизводить информацию, полученную в процессе освоения дисциплины, в том виде, в котором она была изложена в учебном издании или преподавателем.

Умения, как правило, формируются на занятиях семинарского типа. Задания, направленные на оценку умений, в значительной степени требуют от обучающегося проявления стереотипности мышления, т.е. способности выполнить работу по образцам, с которыми он работал в процессе обучения. Преподаватель же оценивает своевременность и правильность выполнения задания.

Навыки можно трактовать как автоматизированные умения, развитые и закреплённые осознанным самостоятельным трудом. Навыки формируются при самостоятельном выполнении обучающимися практико-ориентированных заданий, моделирующих решение им производственных и социокультурных задач в соответствующей области профессиональной деятельности, как правило, при выполнении домашних заданий, курсовых проектов (работ), научно-исследовательских работ, прохождении практик, при работе индивидуально или в составе группы и т.д.

Устный опрос - это процедура, организованная как специальная беседа преподавателя с группой обучающихся (фронтальный опрос) или с отдельными обучающимися (индивидуальный опрос) с целью оценки сформированности у них основных понятий и усвоения учебного материала. Устный опрос может использоваться как вид контроля и метод оценивания формируемых компетенций (как и качества их формирования) в рамках самых разных форм контроля, таких как: собеседование, коллоквиум, зачет, экзамен по дисциплине. Устный опрос (УО) позволяет оценить знания и кругозор обучающегося, умение логически построить ответ, владение монологической речью и иные коммуникативные навыки. УО обладает большими возможностями воспитательного воздействия преподавателя. Воспитательная функция УО имеет ряд важных аспектов: профессионально-этический и нравственный аспекты, дидактический (систематизация материала при ответе, лучшее запоминание материала при интеллектуальной концентрации), эмоциональный (радость от успешного прохождения собеседования) и др. Обучающая функция УО состоит в выявлении деталей, которые по каким-то причинам оказались недостаточно осмысленными в ходе учебных занятий и при подготовке к зачёту или экзамену. УО обладает также мотивирующей функцией: правильно организованное собеседование, коллоквиум, зачёт и экзамен могут стимулировать учебную деятельность студента, его участие в научной работе.

Тесты являются простейшей формой контроля, направленной на проверку владения терминологическим аппаратом, современными информационными технологиями и конкретными

знаниями в области фундаментальных и прикладных дисциплин. Тест может предоставлять возможность выбора из перечня ответов (один или несколько правильных ответов).

Семинарские занятия. Основное назначение семинарских занятий по дисциплине – обеспечить глубокое усвоение обучающимися материалов лекций, прививать навыки самостоятельной работы с литературой, воспитывать умение находить оптимальные решения в условиях изменяющихся отношений, формировать современное профессиональное мышление обучающихся. На семинарских занятиях преподаватель проверяет выполнение самостоятельных заданий и качество усвоения знаний, умений, определяет уровень сформированности компетенций.

Коллоквиум может служить формой не только проверки, но и повышения производительности труда студентов. На коллоквиумах обсуждаются отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса, обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий, а также рефераты, проекты и иные работы обучающихся.

Доклад, сообщение - продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.

Контрольная работа - средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу.

Профессионально-ориентированное эссе – это средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной профессионально-ориентированной проблеме.

Реферат - продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Ситуационный анализ - это комплексный анализ ситуации, имевший место в реальной практике профессиональной деятельности специалистов. Комплексный анализ включает в себя следующие составляющие: причинно-следственный анализ (установление причин, которые привели к возникновению данной ситуации, и следствий ее развертывания), системный анализ (определение существенных предметно-содержательных характеристик, структуры ситуации, ее функций и др.), ценностно-мотивационный анализ (построение системы оценок ситуации, ее составляющих, выявление мотивов, установок, позиций действующих лиц); прогностический анализ (разработка перспектив развития событий по позитивному и негативному сценарию), рекомендательный анализ (выработка рекомендаций относительно поведения действующих лиц ситуации), программно-целевой анализ (разработка программ деятельности для разрешения данной ситуации).

Творческое задание – это частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения интегрировать знания различных научных областей, аргументировать собственную точку зрения, доказывать правильность своей позиции. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.

Деловая и/или ролевая игра - совместная деятельность группы обучающихся и преподавателя под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.

«Круглый стол», дискуссия – интерактивные оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения. Занятие может проводить по традиционной (контактной) технологии, либо с использованием телекоммуникационных технологий.

Проект - конечный профессионально-ориентированный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.

## **РАЗДЕЛ 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

При организации процесса изучения дисциплины «Информационный маркетинг» обучающемуся рекомендуется придерживаться следующих указаний:

1. Ознакомиться с общим тематическим планом лекционных и лабораторных занятий;
2. Самостоятельно проработать уже пройденный материал лекционных и лабораторных занятий. При необходимости составить список вопросов и обратиться к преподавателю;
3. Перед изучением нового теоретического материала желательно заранее ознакомиться с содержанием предстоящей лекции. При необходимости составить список вопросов и обратиться к преподавателю.
4. Если в ходе рассмотрения нового теоретического или практического материала преподаватель ссылается на полученные ранее знания, умения или навыки, то рекомендуется их повторить;
5. Выполнять индивидуальные задания желательно не только в рамках учебных занятий;
6. Ознакомиться со списком литературы и интернет-ресурсов, рекомендуемых преподавателем для углубленного изучения либо дисциплины в целом, либо отдельных разделов.

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов по дисциплине включает:

1. Performance-маркетинг: заставьте интернет работать на вас / Г. В. Загребельный, М. Ю. Боровик, Т. В. Меркулович, И. Ю. Фролкин. — Москва : Альпина Паблишер, 2020. — 272 с. — ISBN 978-5-9614-5816-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/93031.html>
2. Сенаторов, А. А. Контент-маркетинг: стратегии продвижения в социальных сетях / А. А. Сенаторов ; под редакцией А. Никольского. — Москва : Альпина Паблишер, 2020. — 160 с. — ISBN 978-5-9614-5526-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/93026.html>
3. Арндт, Трайндл Нейромаркетинг: визуализация эмоций / Трайндл Арндт ; перевод А. Гордеева, Р. Яворского. — Москва : Альпина Паблишер, 2020. — 114 с. — ISBN 978-5-9614-5649-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/93029.html>

## **РАЗДЕЛ 9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### *Основная литература<sup>1</sup>*

1. Мхитарян, С. В. Маркетинговые информационные системы : учебное пособие / С. В. Мхитарян. — Москва : Евразийский открытый институт, 2012. — 134 с. — ISBN 978-5-374-00595-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/10767.html>
2. Бердышев, С. Н. Информационный маркетинг : практическое пособие / С. Н. Бердышев. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 216 с. — ISBN 978-5-394-04004-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/99365.html>
3. Мхитарян, С. В. Маркетинговые информационные системы : учебное пособие / С. В. Мхитарян. — Москва : Евразийский открытый институт, 2012. — 134 с. — ISBN 978-5-374-00595-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/10767.html>
4. Новиков, Д. А. Прикладные модели информационного управления : монография / Д. А. Новиков, А. Г. Чхартишвили. — Москва : ИПУ РАН, 2004. — 129 с. — ISBN -. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/8518.html>
5. Пономарева, Т. Н. Информационные системы маркетинга : учебное пособие / Т. Н. Пономарева, М. С. Старикова. — Белгород : Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2015. — 244 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/66656.html>
6. Стешин, А. И. Информационные системы в маркетинге : учебное пособие / А. И. Стешин. — 2-е изд. — Саратов : Вузовское образование, 2019. — 180 с. — ISBN 978-5-4487-0384-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/79628.html>

---

<sup>1</sup> Из ЭБС

### *Дополнительная литература<sup>2</sup>*

7. Акулич, И. Л. Маркетинг: практикум / И. Л. Акулич. — Минск : Вышэйшая школа, 2010. — 412 с. — ISBN 978-985-06-1865-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/20086.html>
8. Управление маркетингом: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг» / Н. Д. Эриашвили, А. В. Коротков, И. М. Синяева [и др.] ; под редакцией А. В. Коротков, И. М. Синяева. — 2-е изд. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 463 с. — ISBN 5-238-00883-X. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/71205.html>
9. Акулич, И. Л. Маркетинг: практикум / И. Л. Акулич. — Минск : Вышэйшая школа, 2010. — 412 с. — ISBN 978-985-06-1865-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/20086.html>

*Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине: интернет-ресурсы, современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы*

#### **Интернет-ресурсы**

URL: <https://www.iprbookshop.ru/> – электронно-библиотечная система IPRsmart.

#### **Информационно-справочные и поисковые системы**

Справочная правовая система «КонсультантПлюс»: <http://www.con-sultant.ru>

#### **Современные профессиональные базы данных**

URL:<http://www.edu.ru/> – библиотека федерального портала «Российское образование»

URL:<http://www.prlib.ru> – Президентская библиотека

URL:<http://www.rusneb.ru> – Национальная электронная библиотека

URL:<http://elibrary.rsl.ru/> – сайт Российской государственной библиотеки (раздел «Электронная библиотека»)

URL:<http://elib.gnpbu.ru/> – сайт Научной педагогической электронной библиотеки им. К.Д. Ушинского

*Комплект лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства*

#### **Комплект лицензионного программного обеспечения**

Microsoft Open Value Subscription для решений Education Solutions № Tr000544893 от 21.10.2020 г. MDE Windows, Microsoft Office и Office Web Apps. (срок действия до 01.11.2023 г.)

Антивирусное программное обеспечение ESET NOD32 Antivirus Business Edition договор № ИС00-006348 от 14.10.2022 г. (срок действия до 13.10.2025 г.)

Программное обеспечение «Мираполис» система вебинаров - Лицензионный договор 244/09/16-к от 15.09.2016 (Спецификация к Лицензионному договору 244/09/16-к от 15.09.2016, от 11.05.2022 г.) (срок действия до 10.07.2023 г.)

Электронная информационно-образовательная среда «1С: Университет» договор от 10.09.2018 г. №ПРКТ-18281 (бессрочно)

Информационная система «ПервыйБит» сублицензионный договор от 06.11.2015 г. №009/061115/003 (бессрочно)

Система тестирования Indigo лицензионное соглашение (Договор) от 08.11.2018 г. №Д-54792 (бессрочно)

Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» - договор об информационно поддержке от 26.12.2014, (бессрочно)

Электронно-библиотечная система IPRsmart лицензионный договор от 01.09.2022 г. №9489/22С (срок действия до 31.08.2024 г.)

---

<sup>2</sup> Из ЭБС

Научная электронная библиотека eLIBRARY лицензионный договор SCIENC INDEX № SIO -3079/2022 от 12.01.2022 г. (срок действия до 27.01.2024 г.)

### **Свободно распространяемое программное обеспечение**

Комплект онлайн сервисов GNU ImageManipulationProgram, свободно распространяемое программное обеспечение

### ***Программное обеспечение отечественного производства:***

Программное обеспечение «Мираполис» система вебинаров - Лицензионный договор 244/09/16-к от 15.09.2016 (Спецификация к Лицензионному договору 244/09/16-к от 15.09.2016, от 11.05.2022 г.) (срок действия до 10.07.2023 г.)

Электронная информационно-образовательная среда «1С: Университет» договор от 10.09.2018 г. №ПРКТ-18281 (бессрочно)

Информационная система «ПервыйБит» сублицензионный договор от 06.11.2015 г. №009/061115/003 (бессрочно)

Система тестирования Indigo лицензионное соглашение (Договор) от 08.11.2018 г. №Д-54792 (бессрочно)

Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» - договор об информационно поддержке от 26.12.2014, (бессрочно)

Электронно-библиотечная система IPRsmart лицензионный договор от 01.09.2022 г. №9489/22С (срок действия до 31.08.2024 г.)

Научная электронная библиотека eLIBRARY лицензионный договор SCIENC INDEX № SIO -3079/2022 от 12.01.2022 г. (срок действия до 27.01.2024 г.)

## **РАЗДЕЛ 10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА**

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	<u>Оборудование:</u> специализированная мебель (мебель аудиторная (40 столов, 80 стульев, доска аудиторная передвижная), стол преподавателя, стул преподавателя. <u>Технические средства обучения:</u> персональный компьютер; мультимедийное оборудование (проектор, плазменный экран ).
Помещение для самостоятельной работы	Специализированная мебель (10 столов, 10 стульев), персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета